INTELLIGENCE INFO

ISSN 2821 - 8159, ISSN – L 2821 – 8159, Volumul 1, Numărul 1, Septembrie 2022

Principii ale analizei intelligence în cadrul serviciilor secrete, afaceri și (geo)politică

Nicolae Sfetcu

Pentru a cita acest articol: Sfetcu, Nicolae (2022), Principii ale analizei intelligence în cadrul serviciilor secrete, afaceri și (geo)politică, *Intelligence Info*, **1**:1, 29-38, DOI: 10.58679/II80301, https://www.intelligenceinfo.org/principii-ale-analizei-intelligence-in-cadrul-serviciilor-secrete-afaceri-si-geopolitica/

Publicat online: 22.07.2022

Principii ale analizei intelligence în cadrul serviciilor secrete, afaceri și (geo)politică

Nicolae Sfetcu

Rezumat

Intelligence, în plus față de cunoașterea științifică, presupune includerea în ecuație a factorilor umani, socio-economici și politici, și obținerea, prin analiză, de informații și predicții prin combinarea tuturor factorilor implicați.

Analiza intelligence constă în aplicarea unor metode cognitive individuale şi colective pentru a cântări datele și a testa ipotezele într-un context socio-cultural dat.

Cuvinte cheie: analiza informațiilor, intelligence, servicii secrete

INTELLIGENCE INFO, Volumul 1, Numărul 1, Septembrie 2022, pp. 29-38
ISSN 2821 - 8159, ISSN – L 2821 - 8159
URL: https://www.intelligenceinfo.org/principii-ale-analizei-intelligence-in-cadrul-serviciilor-secrete-afaceri-si-geopolitica/

Se pare că Francis Bacon a fost primul care a afirmat că ”*scientia potentia est*”, (Bacon 1597) o expresie latină care poate fi tradusă prin ”cunoașterea este putere”, cu derivata sa ulterioară ”informația este putere”. Cunoașterea, ca subiect principal al epistemologiei, este definită clasic de trei criterii: trebuie să fie justificată, adevărată și crezută. Informațiile, în schimb, sunt date procesate, organizate și structurate. Ne oferă, cu adevărat, cunoașterea sau informațiile, puterea clamată de Francis Bacon?

Intelligence, în plus față de cunoașterea științifică, presupune includerea în ecuație a factorilor umani, socio-economici și politici, și obținerea, prin analiză, de informații și predicții prin combinarea tuturor factorilor implicați.

Analiza intelligence constă în aplicarea unor metode cognitive individuale și colective pentru a cântări datele și a testa ipotezele într-un context socio-cultural dat. Brei afirmă despre activitatea de informații că

> ’’... este mai mult decât informație. Este o cunoaștere care a fost special pregătită pentru circumstanțele unice ale clientului. Cuvântul cunoaștere evidențiază necesitatea implicării umane. Sistemele de colectare a informației produc ... date, nu intelligence; numai mintea umană poate oferi acel ceva special care dă sens datelor pentru cerințele diferite ale clienților. Procesarea specială care definește parțial intelligence este colectarea, verificarea și analiza continuă a informațiilor care ne permit să înțelegem problema sau situația în termeni acționând şi apoi să adaptăm un produs în contextul circumstanțelor clientului. Dacă unul dintre aceste atribute esențiale lipsește, atunci produsul rămâne informație brută, mai degrabă decât informație prelucrată [intelligence].” (Brei 1996)

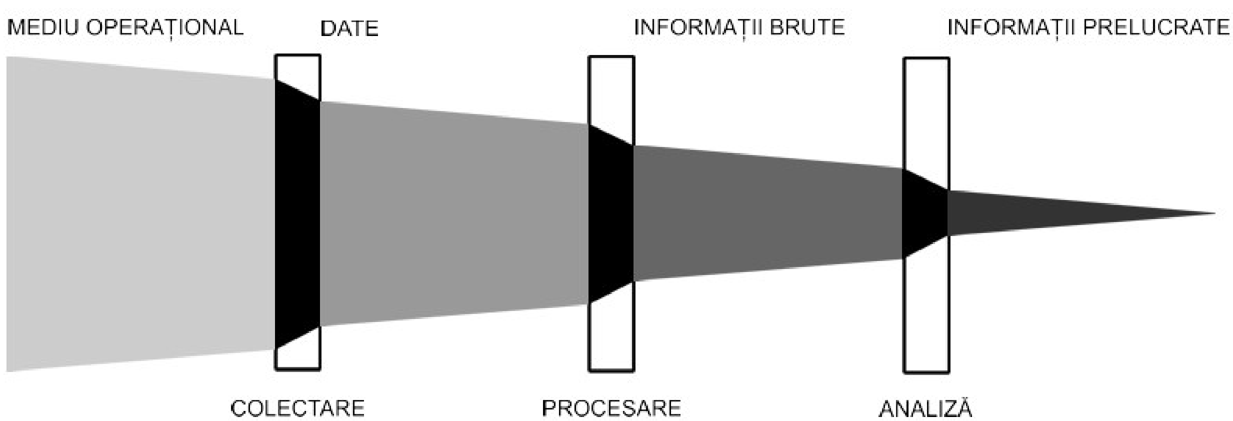


Fig. 1. Activitatea intelligence reflectă o rafinare progresivă a datelor si a informațiilor

În acest context, Dr. Robert Levine, fost analist de intelligence la CIA timp de 33 ani și în prezent lector la Școala de Arte și Științe Krieger, Universitatea Johns Hopkins, evidențiază principiile pe care trebuie să se bazeze un analist de intelligence, în lucrarea ”Principles of

Intelligence Analysis" publicată de CIA în *Studies in Intelligence*, Vol. 65, No. 4, decembrie 2021. În lucrarea sa discută principiile pentru o activitate de intelligence desfășurată de serviciile de informații. Dar, așa cum serviciile de informații s-au inspirat din activitatea de intelligence a corporațiilor (business intelligence, competitive intelligence, analitica), în același mod se pot extinde observațiile sale și la analiștii de intelligence corporatiști, politici, și chiar din domeniul geopoliticii. (Levine 2021)

Un analist de intelligence trebuie să țină cont de două elemente fundamentale în expunerea sa: de analiza intelligence propriu-zisă, și de specificul fiecărui client care se va folosi în final de analiza elaborată.

Clientul analizei intelligence

Clienții au mai multe surse de informații, propriile părtiniri și preferințe și presiuni teribile de timp. În încercarea de a obține aprecierea muncii sale, analistul trebuie să-și protejeze integritatea intelectuală și obiectivitatea analitică, evitând încercările interne sau externe de a-i modifica judecățile pentru a satisface obiective politice sau birocratice. (Zulauf 2021)

Transformați întrebările clienților în subiecte și cerințe viabile de informații

Analiștii trebuie să-și folosească expertiza și înțelegerea intereselor clientului pentru a rafina întrebările ample în întrebări de intelligence la care se poate răspunde logic, pe baza dovezilor și a judecăților informate. Analiștii trebuie apoi să traducă acele întrebări de intelligence în cerințe clare și practice de colectare pentru a genera dovezi suplimentare. Dacă, de exemplu, un factor de decizie întreabă dacă un stat străin este stabil, analiștii trebuie să dezvăluie preocuparea reală (lovituri de stat, stabilitate economică sau revoltă populară?) și să creeze aspecte de intelligence care se referă la fiecare dimensiune. Aceste aspecte trebuie rafinate în contextul țării specifice: istoria acesteia, componența etnică, loialitatea corpului ofițerilor, rezervele monetare și balanța de plăți etc.

Înțelegeți perspectiva clientului

Judecățile și disponibilitatea oamenilor de a accepta concluziile analitice sunt încadrate de mai mulți factori, inclusiv medii, experiențe și convingeri. Fiecare factor de decizie are prejudecăți cognitive, inclusiv teorii care îi ghidează (de exemplu, ordinea internațională liberală), convingeri despre cum funcționează lumea (de exemplu, arcul istoriei se înclină într-o anumită direcție)

sau credințe sacre (de exemplu, toate lucrurile se întâmplă pentru un motiv). Prin urmare, este esențial ca analistul să înțeleagă cât mai multe despre factorii de decizie și despre mediul în care aceștia își desfășoară activitatea. Fiecare afirmație analitică, precum și dovezile și logica folosite pentru a o susține ar trebui să fie pregătite ținând cont de factorii de decizie.

Fiți atenți la interacțiunea dintre prejudecățile cognitive și raționamentul metaforic

Începând cu anii 1970, psihologi cognitivi precum Daniel Kahneman, Vernon Smith, Richard Thaler și Amos Tversky au dezvăluit unele dintre secretele din spatele modului în care ființele umane iau decizii și evaluează riscurile și recompensele, iar munca lor ar influența în mare măsură domeniul analizei informațiilor. (Kahneman 2013) este o privire de ansamblu accesibilă a lucrării sale privind părtinirea, riscul și luarea deciziilor. Vezi, de asemenea, (Lanir și Kahneman 2006). Astăzi, prin standardele de instruire și profesioniști, analiștii trebuie să se ferească de modul în care comenzile rapide mentale îi pot duce în eroare.

De asemenea, analiștii ar trebui să acorde atenție raționamentului metaforic nerecunoscut – al lor și al clientului lor. Oamenii percep, gândesc, experimentează și acționează prin metafore. În cuvintele psihologului Steven Pinker din Harvard, „metafora este într-adevăr o cheie pentru explicarea gândirii și a limbajului.” (Pinker 2007) Metaforele traduc concepte amorfe în analogii concrete. Ele oferă structuri coerente care ajută la înțelegerea de noi informații sau posibilități, evidențiind unele caracteristici ale unei probleme în timp ce ascund altele. Dacă o dispută este un război, ne propunem să învingem cealaltă parte, nu să o convingem să fie de acord cu noi.

Analiștii terorismului, de exemplu, s-ar putea să nu recunoască influența studierii recrutării ca un comportament asemănător unei bande sau o contaminare asemănătoare virusului. (Thibodeau și Boroditsky 2011) Pentru un studiu cuprinzător, a se vedea (Lakoff și Johnson 2008). În mod similar, clienții serviciilor de informații s-ar putea să nu recunoască faptul că modul în care percep cadrele de conducere străine ca membri ai mafiei sau directori corporativi le afectează judecățile. Metaforele lor, totuși, modelează ce informații caută și la care reacționează, și ce tipuri de acțiuni și reacții anticipează și cred că sunt probabile. Luați în considerare consecințele vizualizării unui război împotriva drogurilor, mai degrabă decât un efort de a trata dependența.

Pregătirea analizei intelligence

Analiștii trebuie să examineze punctele forte și slabe ale fiecărui raport, proveniența acestuia și consecvența și inconsecvența dintre rapoartele disponibile. Ei trebuie să cerceteze circumstanțele colectării, motivațiile, accesul și comunicările greșite, posibilitatea de pierdere sau denaturare neintenționată a informațiilor, negarea și înșelăciunea. Chiar și o conversație interceptată implică interpretări ale intonației, tempoului și traducerii, printre alți factori.

O caracteristică strâns legată de perspectivă este analiza multidisciplinară. Ar trebui să se facă din analiza multidisciplinară o realitate, nu doar o aspirație.

Cunoașteți și luați în considerare puncte de vedere opuse

Gravat pe peretele din interiorul intrării CIA este citatul din Evanghelia lui Ioan: „Veți cunoaște adevărul și adevărul vă va elibera". Într-un context de informații, este înșelător. Analiștii nu au o cheie a adevărului. (Marrin 2020) Descoperă fapte, le conectează la explicații plauzibile și construiesc argumente pentru a-și susține judecățile. În general, există puncte de vedere alternative și susținători pentru ele. Ignorarea punctelor de vedere opuse aduce un deserviciu clienților și poate scufunda cazul analistului. (Un coleg a sugerat acest pasaj din cartea *On Liberty* a lui John Stuart Mill: „Cel care își cunoaște doar partea lui a cazului, știe puțin despre asta. Motivele lui pot fi bune și nimeni nu poate că nu le respinge. Dar dacă el este la fel de incapabil să infirme motivele din partea opusă; dacă nu știe nici măcar care sunt, nu are temei să prefere nici o părere.") (Mill 1859)

Înțelegeți imaginea completă

Integrarea informațiilor a redus decalajele dintre colector, analist și consumatorul de informații, dar analiștii trebuie să fie adaptați la riscul continuu ca operațiunile de informații și acțiunile factorilor de decizie să poată ascunde cauzele și efectele. De exemplu, dacă o putere străină acționează într-un mod care pare a fi irațional sau paranoic, analiștii ar putea concluziona că liderii ei sunt slab informați sau induși în eroare de serviciile lor de informații. Dar în multe situații acțiunile străine au fost, de fapt, motivate de acțiuni ascunse ale rivalilor lor.

Există o altă dimensiune a acestei probleme a catalizatorului necunoscut. Activitățile non-intelligence, inclusiv diplomația, acțiunile militare și implicarea sectorului privat și neguvernamental pot avea influențe profunde asupra percepțiilor și acțiunilor actorilor străini. Analiștii trebuie să înțeleagă ce forțe influențează acțiunile actorilor străini. (Hathaway 2000)

Dezvoltați modele consistente și cuprinzătoare

Analiștii trebuie să înțeleagă situațiile complexe suficient de bine pentru a oferi clienților teorii coerente și persuasive care leagă în mod logic dovezile disponibile. Un caz fără o teorie generală a argumentului este deosebit de vulnerabilă la respingere.(Heath și Heath 2007)

Nimic din toate acestea nu sugerează că analiștii ar trebui să îngroape dovezi incomode (lacune, dovezi contrare) sau să sugereze că există o singură explicație. Nici nu înseamnă că o teorie ar trebui să devină o cămașă de forță intelectuală. Cu toate acestea, fără explicații clar articulate, clienții rămân cu o mizerie de dovezi parțial digerate care îi obligă să preia funcțiile de analiști.

De asemenea, revine analiștilor și sarcina să specifice ipotezele cheie, să explice cât de larg acceptate sunt acele ipoteze, să furnizeze contra-ipoteze majore și să exploreze ce se întâmplă dacă ipotezele sunt greșite.

Susțineți judecățile

Puține greșeli ies în evidență atât de prost și subminează o prezentare orală sau scrisă mai mult decât hotărârile nesusținute sau dovezile inexplicabile. Dacă o judecată nu este susținută sau este prost susținută, întreaga prezentare poate suferi de un efect de halo invers, adică o afirmație slab susținută afectează credibilitatea altor argumente.

Nu promite exagerat

Analiștii ar trebui să fie umili cu privire la capacitatea lor de a vedea în viitor. Multe probleme de intelligence sunt probleme foarte complexe cu actori multipli, independenți; caracteristici ascunse; și dovezi manipulate de oponenți intenționat înșelători. Mai mult, predicțiile sunt rareori doar despre fapte (de exemplu, care va fi valoarea indicelui bursier în șase luni), ci mai degrabă despre relații cauzale. La fel ca toți oamenii, analiștii prin natura lor încearcă să găsească relații și explicații chiar și atunci când datele care susțin astfel de afirmații sunt slabe și inconsecvente. (Sloman și Fernbach 2017)

Acordați atenție secvențierii și structurii

Există modalități alternative de a prezenta o constatare analitică și este rar, dacă este vreodată, un singur mod. La începutul procesului de producție, autorii ar trebui să ia în considerare

cea mai bună modalitate de a transmite analiza și echilibrul relativ al textului și elementelor vizuale și, atunci când sunt relevante, briefing-uri în persoană.

Unul dintre cele mai flagrante cazuri de atenție insuficientă acordată prezentării vine în utilizarea marcatorilor în scriere sau în prezentările de diapozitive cum ar fi PowerPoint. Este obișnuit să vedeți produsele de intelligence scrise ca o serie de paragrafe sau diapozitive structurate în mod similar, fiecare ca o propoziție declarativă lungă urmată de o serie de marcatori. Adesea, enumerărilor le lipsește un rol logic inerent sau o ordine. (Shaw, Brown, și Bromiley 1998) Ele pot fi o listă de exemple, dovezi cheie, pași dintr-o secvență, evenimente dintr-o cronologie etc. Fără un limbaj explicativ de legătură (de exemplu, „următoarele sunt cele mai importante rapoarte care susțin această afirmație”), nu există nicio modalitate de a ști ce fel de logică se aplică. Așa cum sunt utilizate în mod obișnuit, marcatorii de listă conduc la o abordare care poate fi descrisă ca analiză prin anecdotă.

Utilizați un limbaj potrivit pentru client

Un analist priceput adaptează limbajul clientului cu o proză clară și directă. Aceasta ar putea însemna evitarea jargonului sau a cuvintelor inutil de lungi și complexe, înlocuirea nominalizărilor (de exemplu, substantivul „intervenție”) cu verbe active („intervine”) sau, așa cum a sfătuit celebrul George Orwell, înlocuirea cuvintelor latine cu cuvinte din limba uzuală mai scurte. („circa” mai degrabă decât „aproximativ”). Variați lungimea propozițiilor și evitați-le pe cele lungi. Cititorii și ascultătorii se pierd în propoziții de peste 50 de cuvinte, în special cu mai multe propoziții și fraze între paranteze.

Cititorii pot urmări mai ușor vocea activă și o pot prefera în detrimentul vocii pasive. (Trudeau 2012) În plus, pe măsură ce un subiect devine în mod inerent mai complex, cu atât este mai important să-l prezintați clar. Simplitatea nu se referă la atenuarea analizei, ci la capacitatea de a prezenta concluzia de bază și susținerea acesteia în mod succint și precis.

Folosiți corect numerele

Mulți analiști de intelligence au un disconfort clar cu cifrele și statisticile. Acest lucru îi face să facă greșeli care dezinformează clienții și le subminează credibilitatea.

Fiți atent la audiență

Analiștii trebuie să-și dezvolte și să-și exerseze abilitățile de informare și, la fel ca în produsele scrise, să le adapteze la publicul lor. Deși conținutul informațiilor prelucrate este esențial, acesta trebuie să fie furnizat în mod eficient. Alegerea cuvântului, intonația, ritmul, pauzele, volumul, gesturile, expresiile faciale și orice număr de alte aspecte nesubstanțiale pot asigura succesul sau îl pot condamna. Acestea fiind spuse, uneori cea mai importantă abilitate într-un briefing este ascultarea. Analiștii trebuie să echilibreze propria prezentare cu un interes puternic față de reacțiile publicului.

Analiștii ar trebui să își cunoască materialul atât de bine încât să poată livra o prezentare planificată de 20 de minute într-un minut (discurs rapid), sau să elaboreze pentru a umple o oră dacă clientul dorește acest lucru. Fiecare dintre acestea, indiferent de lungime, ar trebui să acopere aceleași contururi generale.

Prezentați analiza ca un profesionist

Analiștii trebuie să scrie sau să vorbească direct cu publicul lor, nu de jos sau de sus. Acest lucru necesită un ton încrezător, dar conversațional. Unii analiști manifestă falsă modestie, condescendență sau neîncredere. Alții nu reușesc să-și spună punctele pentru că sunt intimidați. Toate pot duce la probleme.

Anticipați întrebările și obiecțiile

Clienții de intelligence învață adesea cel mai mult atunci când pot pune întrebări care răspund nevoilor lor specifice sau pot completa lacune specifice în înțelegerea lor. Unii analiști își structurează chiar prezentările ca o serie de întrebări și răspunsuri; acest lucru încurajează audiența să prioritizeze întrebările și să le adauge pe ale lor. Această abordare cu întrebări și răspunsuri poate fi utilizată eficient și în produsele scrise.

Analiștii care cred că sunt clari atunci când folosesc termeni precum probabil, puțin probabil sau la distanță au în mintea lor un simț a ceea ce înseamnă. Dar nu există niciun motiv să presupunem că publicul atribuie același înțeles acelor termeni, ei au în mintea lor propriile înțelegeri a ceea ce înseamnă. (Un număr tot mai mare de literatură susține folosirea numerelor mai degrabă decât a termenilor imprecişi în judecățile probabilistice. Vezi (Friedman 2019), (Tetlock 2017) și (Mauboussin și Mauboussin 2018).

Concluzie

Analiza de intelligence trebuie să fie obiectivă, minuțioasă, oportună, relevantă, exactă și riguroasă. Analiștii trebuie să respecte cel mai înalt standard posibil, iar agențiile de informații ar trebui să se străduiască să promoveze astfel de standarde prin instruire, management, structură și operațiuni. Învățarea continuă, nu inocularea o singură dată, este esențială.

Matthew Herbert oferă și el un set util de principii în discutarea îndrumării privind analiza de intelligence, raportate de Colin Powell către directorul american al serviciilor de informaţii, Mike McConnell. Se spune că Powell l-a sfătuit pe McConnell astfel:

”Ca ofițer de informații, responsabilitatea ta este să-mi spui ce știi. Spune-mi ce nu știi. Apoi ți se va permite să-mi spui ce crezi. Dar păstrează întotdeauna aceste trei aspecte separat.” (Weiner 2007)

Bibliografie

Bacon, Francis. 1597. *Meditationes sacrae*. Excusum impensis Humfredi Hooper.

Brei, William S. 1996. *Getting Intelligence Right: The Power of Logical Procedure*. Joint Military Intelligence College.

Friedman, Jeffrey A. 2019. *War and Chance: Assessing Uncertainty in International Politics*. Bridging the Gap. New York: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190938024.001.0001.

Hathaway, Robert M. 2000. „Confrontation and Retreat: The U.S. Congress and the South Asian Nuclear Tests - Key Legislation | Arms Control Association”. 2000. https://www.armscontrol.org/act/2000-01/confrontation-retreat-us-congress-south-asian-nuclear-tests-key-legislation.

Heath, Chip, și Dan Heath. 2007. „Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die”. Stanford Graduate School of Business. 2007. https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/books/made-stick-why-some-ideas-survive-others-die.

Kahneman, Daniel. 2013. *Thinking, Fast and Slow*. 1st edition. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Lakoff, George, și Mark Johnson. 2008. *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.

Lanir, Zvi, și Daniel Kahneman. 2006. „An Experiment in Decision Analysis in Israel in 1975 - Speaking to Policymakers”. *Studies in Intelligence* 50 (4). https://www.cia.gov/static/f78bc68f80b48fc27cade92e0fd67ce0/Experiment-Decision-Analysis-Israel.pdf.

Levine, Robert. 2021. „Principles of Intelligence Analysis”. *Studies in Intelligence* 65 (4). https://www.cia.gov/static/7514ffff9baca6c514433ee0f55629db/Article-Principles-of-Intelligence-Analysis-Studies65-4-Dec2021.pdf.

Marrin, Stephen. 2020. „Analytic objectivity and science: evaluating the US Intelligence Community’s approach to applied epistemology”. https://doi.org/10.1080/02684527.2019.1710806.

Mauboussin, Andrew, și Michael J. Mauboussin. 2018. „If You Say Something Is "Likely," How Likely Do People Think It Is?" *Harvard Business Review*, 3 iulie 2018. https://hbr.org/2018/07/if-you-say-something-is-likely-how-likely-do-people-think-it-is.

Mill, John Stuart. 1859. *On Liberty*. J. W. Parker and Son.

Pinker, Steven. 2007. *The Stuff of Thought: Language as a Window Into Human Nature*. Viking.

Shaw, Gordon, Robert Brown, și Philip Bromiley. 1998. „Strategic Stories: How 3M Is Rewriting Business Planning". *Harvard Business Review*, 1 mai 1998. https://hbr.org/1998/05/strategic-stories-how-3m-is-rewriting-business-planning.

Sloman, Steven, și Philip Fernbach. 2017. *The Knowledge Illusion: Why We Never Think Alone*. Penguin.

Tetlock, Philip. 2017. *Expert Political Judgment*. https://press.princeton.edu/books/hardcover/9780691178288/expert-political-judgment.

Thibodeau, Paul H., și Lera Boroditsky. 2011. „Metaphors We Think With: The Role of Metaphor in Reasoning". *PLOS ONE* 6 (2): e16782. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0016782.

Trudeau, Christopher R. 2012. „The Public Speaks: An Empirical Study of Legal Communication". SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY. https://doi.org/10.2139/ssrn.1843415.

Weiner, Tim. 2007. „Pssst: Some Hope for Spycraft". *The New York Times*, 2007, sec. Week in Review. https://www.nytimes.com/2007/12/09/weekinreview/09weiner.html.

Zulauf, Barry. 2021. „Safeguarding Objectivity in Intelligence Analysis". *Studies in Intelligence* 65 (3). https://rieas.gr/images/HomelandSecurity/barryz2.pdf.